

VANMOOF Q&A PRE-ORDER CAMPAGNE

1. Waarom is er gekozen voor een pre-ordercampagne?

We kijken naar tech merken, maar ook naar Tesla bijvoorbeeld, die veelvuldig gebruik maken van pre-order campagnes om buzz te genereren. Maar, nog belangrijker, om early adopters te belonen. We hebben meer dan drie jaar aan de ontwikkeling van de Electrified S gewerkt, een pre-ordercampagne was daarom voor ons de beste manier om te ontdekken hoe groot de vraag naar de fiets zou zijn voordat we officieel in productie zouden gaan. Business wise heeft het ook grote voordelen. Aangezien de aanvragen en betalingen veilig gesteld zijn, geeft het ons de ruimte te focussen op productie en ervoor te zorgen dat de fietsen zo snel mogelijk bij de nieuwe eigenaar bezorgd kan worden.

2. Wat waren jullie verwachtingen van de pre-order campagne en in hoeverre is aan deze verwachtingenvoldaan?

Twee jaar geleden hebben we een pre-order campagne geïnitieerd voor de introductie van de Electrified. Toen verkochten we zestig stuks. Voor de Electrified S hebben we onszelf een hoger doel gesteld: wereldwijd 200 stuks verkopen binnen 1 maand (€450.000,-). We dachten dat we hiermee de lat vrij hoog hadden gelegd maar binnen zes uur waren we los! Het was een waanzinnige dag voor VanMoof! De campagne loopt nu iets langer dan een week en we hebben inmiddels meer dan een miljoen euro omzet gemaakt en de aanvragen blijven maar binnenstromen. De fiets is onder Nederlandse fans waanzinnig populair maar we zien bestellingen binnenkomen van over de hele wereld, met name vanuit de VS en Duitsland. Wij durven inmiddels te zeggen dat het de meest succesvolle Nederlandse pre-ordercampagne ooit is, en we hebben zelfs nog drie weken te gaan!

3. Wat is volgens jou de reden dat de pre-ordercampagne zo'n groot succes is?

Wij zijn het meest verrast door het succes van het referral programma dat we in de campagne hebben ingebouwd. Iedereen die de Electrified S koopt tijdens de pre-order periode krijgt een persoonlijke link met een kortingscode, die zij kunnen delen met vrienden en familie. Diegene die de link heeft gedeeld krijgt vervolgens 100 euro korting voor elke fiets die via die link wordt verkocht. Dat lijkt een soort sneeuwbal effect te veroorzaken. Sommige fans hebben op deze manier al bijna het hele bedrag van de fiets gefinancierd! Daarnaast is het simpelweg een fantastisch product voor een hele mooie prijs. Er is geen enkele e-bike vergelijkbaar met de Electrified S en mensen erkennen dat. In de VS heeft de fiets daarom ook heel veel exposure gekregen. Iedereen is gefascineerd door de futuristische specificaties van de Electrified; hij is bijvoorbeeld key-less door je smartphone te bedienen.

4. Wat kan je vertellen over de mensen die de fiets nu al hebben gekocht en wie verwacht je dat de Electrified S nog gaan kopen?

De ebike wordt algemeen geziengelinkt aan babyboomers maar wij krijgen juist veel enthousiaste reacties van jongere VanMoof fans, 30'ers en 40'ers. Het zijn de typische early adapters die als eerste zo'n revolutionaire fiets willen hebben. Ook horen we van Nederlandse en Amerikaanse fans dat ze nu lekker de fiets naar werk pakken in plaats van de auto. Zo besparen ze tijd en geld, en verbranden ze calorieën onthe way.

5. In hoeverre gaan jullie in de toekomst gebruik maken van pre-order campagnes?

Door het huidige succes beginnen we te snappen wat het effect van een goede pre-order campagne kan zijn. Het is een krachtige combinatie met onze brandstores in Nederland, Duitsland, Amerika en Taiwan waar je een testrit kan maken en het echte VanMoof gevoel ervaart. Ook leren we door deze campagnes exact hoeveel vraag er naar welk product is. Dit helpt ons bij een strakke levering, wat uiteindelijk betekent dat we ons helemaal kunnen focussen op de ontwikkeling van de fiets zelf. Zo krijgen fans nog meer waar voor hun geld!

OVER VANMOOF

VanMoof is in 2009 opgericht door de Nederlandse broers Ties en Taco Carlier en is in zeven jaar tijd uitgegroeid tot een succesvol internationaal fietsenproducent. Het team van VanMoof ontwerpt stadsfietsen met een totale focus op functionaliteit. VanMoof speelt in op de groeiende populariteit van de stadsfiets in steden als New York en Tokyo en verkoopt inmiddels elk uur, in 39 landen over de hele wereld, een fiets. Het internationale ontwerpteam van VanMoof staat voor continue interactie met gebruikers en het toepassen van smart technologieën binnen een eeuwenoud concept. Het functionele ontwerp werd bekroond met diverse internationale prijzen, waaronder EUROBIKE award, Fast Company Innovation By Design Award, de Nederlandse Dutch Design Award en de prestigieuze RED DOT design award. Voor het laatste nieuws, volg ons via Facebook, Instagram, Twitter en Pinterest.

De pressroom van VanMoof wordt beheerd door Merktroubadour.

VANMOOF

VanMoofnewsroom